

Program promocji branży polskich specjalności żywnościowych - informacja dla przedsiębiorców – wersja nr IV z dnia 27.07.2016 r.

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży polskich specjalności żywnościowych opracowany został w ramach poddziałania 3.3.2 „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand” Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (PO IR).

Udział przedsiębiorców w programie promocji sfinansowany zostanie ze środków poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” PO IR, za którego realizację odpowiada Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

W ramach programu opracowany został wykaz działań promocyjnych przeznaczonych dla przedsiębiorców, który uzupełniony został o tzw. działania ogólne promujące polską branżę polskich specjalności żywnościowych. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora polskich specjalności żywnościowych.

II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców¹, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007)²:
 - a. 10.1 - Przetwarzanie i konserwowanie mięsa oraz produkcja wyrobów z mięsa:
 - 10.11.Z - Przetwarzanie i konserwowanie mięsa, z wyłączeniem mięsa z drobiu,
 - 10.12.Z - Przetwarzanie i konserwowanie mięsa z drobiu,
 - 10.13.Z - Produkcja wyrobów z mięsa, włączając wyroby z mięsa drobiowego.
 - b. 10.3 - Przetwarzanie i konserwowanie owoców i warzyw:
 - 10.32.Z - Produkcja soków z owoców i warzyw,
 - 10.39.Z - Pozostałe przetwarzanie i konserwowanie owoców i warzyw.
 - c. 10.4 – Produkcja olejów i tłuszczów pochodzenia roślinnego i zwierzęcego:

¹ Definicja Mikro, Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona w załączniku nr I do rozporządzenia KE nr 651/2014.

² Pełną Listę klasyfikacji określa Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (Dz.U. 2007 nr 251 poz. 1885 z późn. zm.).

- 10.41.Z - Produkcja olejów i pozostałych tłuszczów płynnych,
- 10.42.Z - Produkcja margaryny i podobnych tłuszczów jadalnych.
- d. 10.5 - Wytwarzanie wyrobów mleczarskich:
 - 10.51.Z - Przetwórstwo mleka i wyrób serów.
- e. 10.6 - Wytwarzanie produktów przemiału zbóż, skrobi i wyrobów skrobiowych:
 - 10.61.Z - Wytwarzanie produktów przemiału zbóż.
- f. 10.7 - Produkcja wyrobów piekarskich i mącznych:
 - 10.71.Z - Produkcja pieczywa, świeżych wyrobów ciastkarskich i ciastek,
 - 10.72.Z - Produkcja wyrobów ciastkarskich,
 - 10.73.Z - Produkcja makaronów.
- g. 10.8 - Produkcja pozostałych artykułów spożywczych:
 - 10.82.Z - Produkcja kakao, czekolady i wyrobów cukierniczych,
 - 10.83.Z - Przetwórstwo herbaty i kawy,
 - 10.84.Z - Produkcja przypraw,
 - 10.85.Z - Wytwarzanie gotowych posiłków i dań,
 - 10.86.Z - Produkcja artykułów spożywczych homogenizowanych i żywności dietetycznej.
- h. 11.0 - Produkcja napojów:
 - 11.07.Z - Produkcja napojów bezalkoholowych; produkcja wód mineralnych i pozostałych wód butelkowanych.

2. Termin realizacji programu – 25 czerwiec 2016 r – 30 czerwiec 2019 r.

III. Zasady udzielania wsparcia na udział w programie.

Przedsiębiorcy, mogą ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych, objętych programem zgodnie z katalogiem kosztów kwalifikowanych wykazanych w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 10 lipca 2015 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Dz. U. poz. 1027). Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.

Szczegółowych informacji nt. trybu udzielania wsparcia oraz warunków przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, udziela Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

IV. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.

A. Zakres działań obligatoryjnych, w których muszą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - a. Chiny,
 - b. Indie,
 - c. Japonia,

- d. Korea Płd.,
- e. USA,
- f. Wietnam,
- g. RPA,
- h. Zjednoczone Emiraty Arabskie.

2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej 6 działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej 3 z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym przynajmniej 1 z tych działań powinno stanowić imprezę targową na rynku/rynkach wybranym/wybranych w ramach pkt IV.A.1.

Tab. 1. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach pozaunijnych.

| L.p. | Nazwa targów | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|--|------------------------------|--|-------------------------------|
| 1. | Prodexpo | Mińsk, Białoruś | 16-18 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018 | |
| 2. | Africa's Big 7 | Johannesburg, RPA | 19-21 czerwiec 2017 czerwiec 2018 | 2017, 2018 |
| 3. | Djazagro | Algier, Algieria | kwiecień 2017 kwiecień 2018 | |
| 4. | SIAM „Salon de l'Agriculture au Maroc” | Meknes, Maroko | kwiecień 2017 kwiecień 2018 | |
| 5. | Food Africa Cairo | Kair, Egipt | maj 2017 maj 2018 | |
| 7. | SIAL China | Szanghaj, Chiny | maj 2017 maj 2018 | 2017, 2018 |
| 8. | ANUFOOD China / d. World Food of Beijing | Pekin, Chiny | 16-18 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018 | 2017, 2018 |
| 9. | FOOD TAIPEI | Tajpej, Chiny | czerwiec 2017 czerwiec 2018 | |
| 10. | Guangzhou International Food & Ingredient Fair | Kanton, Chiny | czerwiec 2017 czerwiec 2018 | |
| 11. | Food & Hotel China | Szanghaj, Chiny | 7-9 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018 | |

| | | | | |
|------|--|-------------------------|--|------------|
| 12. | HKTDC Food Expo Hongkong | Hongkong, Chiny | 11-15 sierpnia 2016 sierpień 2017 sierpień 2018 | |
| 13. | HOFEX | Hongkong, Chiny | maj 2017 | |
| 14. | VIETFOOD & BEVERAGE | Ho Chi Minh, Wietnam | sierpień 2016 sierpień 2017 sierpień 2018 | 2017, 2018 |
| 15. | Food & Hotel Vietnam | Ho Chi Minh, Wietnam | kwiecień 2017 | |
| 16. | Annapoorna World of Food India | Mumbaj, Indie | 22-24 września 2016 wrzesień 2017 wrzesień 2018 | 2017, 2018 |
| 17. | WorldFood Kazachstan | Almaty, Kazachstan | 2-4 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018 | |
| 18. | Iran Agro | Teheran, Iran | maj/czerwiec 2017 maj / czerwiec 2018 | |
| 19. | iFOOD International Exhibition of Food and Food Processing | Meszhed, Iran | 25 – 28 sierpnia 2016 sierpień 2017 sierpień 2018 | |
| 20. | Ibex International Flour and Bakery Industry Exhibition | Teheran, Iran | grudzień 2016 grudzień 2017 grudzień 2018 | |
| 21. | Seoul Food & Hotel | Seul, Korea | maj 2017 maj 2018 | |
| 22. | Biofach Japan | Tokio, Japonia | sierpień 2017, 2018 | |
| 23. | Supermarket Trade Show | Tokio, Japonia | luty 2017 luty 2018 luty 2019 | |
| 24. | Food & Hotel Asia | Singapur, Singapur | kwiecień 2018 | |
| 25. | MIFB (Malaysia International Food & Beverage) | Kuala Lumpur, Malezja | czerwiec 2017 czerwiec 2018 | |
| 26. | Food & Hotel Malaysia | Kuala Lumpur, Malezja | wrzesień 2017 | |
| 27. | Saudi Agriculture & Saudi Agrofood | Rijad, Arabia Saudyjska | październik 2016 październik 2017 październik 2018 | |
| 28a. | Speciality Food Festival, Yummex, Future Food Live | Dubaj, ZEA | 7-9 listopad 2016 wrzesień 2017 wrzesień 2018 | |

| | | | | |
|------|--------------------------------|------------------------------|---|--|
| 28b. | Gulfood Manufacturing | Dubaj, ZEA | 7-9 listopad 2016 październik/listopad 2017 październik/listopad 2017 | |
| 29. | Gulfood | Dubaj, ZEA | luty/marzec 2017 luty 2018 luty 2019 | |
| 30. | SIAL Middle East | Abu Dhabi, ZEA | 5-7 grudnia 2016 listopad/grudzień 2017 listopad/grudzień 2018 | |
| 31. | WOP Dubai | Dubaj, ZEA | 13-15 listopad 2016 listopad 2017 listopad 2018 | |
| 32. | SIAL Canada | Toronto/ Montreal, Kanada | maj 2017 maj 2018 | |
| 33. | The Good Food & Drink Festival | Toronto, Kanada | kwiecień 2017 kwiecień 2018 | |
| 34. | Summer Fancy Food | Nowy Jork, USA | 26-28 czerwiec 2016 czerwiec 2017 czerwiec 2018 | |
| 35. | Winter Fancy Food | San Francisco, USA | styczeń 2017 styczeń 2018 styczeń 2019 | |
| 36. | Biofach America | Baltimore, USA | 22-24 września 2016 wrzesień 2017 wrzesień 2018 | |
| 37. | Alimentaria Mexico | Guadalajara, Meksyk | marzec 2017 | |
| | | Meksyk | maj/czerwiec 2018 | |

Tab. 2. Wykaz targów branżowych o znaczeniu międzynarodowym organizowanych na terenie UE.

| L.p. | Nazwa targów (w j. angielskim) | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|--|------------------------------------|---|-------------------------------------|
| 1. | SIAL Paris International Food Exhibition | Paryż, Francja | 16-20 października 2016 październik 2018 | 2016, 2018 |
| 2. | ANUGA 2017 | Kolonia, Niemcy | 7-11 października 2017 | 2017 |
| 3. | Alimentaria | Lisbona, Portugalia | maj 2017 | |
| | | Barcelona, Hiszpania | kwiecień 2018 | |

| | | | | |
|----|-----------------|-----------------|---|--|
| 4. | ISM | Kolonia, Niemcy | styczeń / luty 2017 styczeń / luty 2018 styczeń / luty 2019 | |
| 5. | Fruit Logistica | Berlin, Niemcy | luty 2017 luty 2018 luty 2019 | |

- Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na rynki perspektywiczne wymienione w ramach pkt IV.A.1, w związku z udziałem w targach odbywających się na tych rynkach (tj. wnioskodawca w ramach projektu musi wziąć udział w charakterze wystawcy w targach odbywających się na terenie tych krajów). Usługi doradcze muszą zostać nabyte od podmiotu posiadającego potencjał do świadczenia usługi doradczej, w postaci oddziału firmy, jej przedstawicielstwa lub współpracowników na rynku, którego dotyczy przedmiotowa usługa doradcza lub od podmiotu bezpośrednio działającego na tym rynku.
- Przedsiębiorca, w trakcie całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej 2 działaniach, o których mowa w pkt. B, przy czym działania te muszą dotyczyć pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt IV.A.1.
- Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na portalu trade.gov.pl.

B. Zakres działań fakultatywnych, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:

- Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach perspektywicznych wymienionych w ramach pkt IV.A.1, w związku z udziałem w targach odbywających się na tych rynkach (tj. wnioskodawca w ramach projektu musi wziąć udział w charakterze wystawcy w targach odbywających się na terenie tych krajów).
- Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, ma możliwość wzięcia udziału w grupowych, wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Program ewentualnej wizyty powinien zostać opracowany w porozumieniu z zainteresowanymi uczestnikami i obejmować przynajmniej udział w spotkaniu b2b oraz udział w store-check (wizyta w punktach handlowych charakterystycznych dla rynku) lub organizację pokazu bądź prezentacji. Misja powinna mieć charakter grupowego wyjazdu minimum 3 przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż 3 dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w tab.1 lub poniżej.

Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport

z misji gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji w celach informacyjnych.

Tab. 3. Wykaz misji gospodarczych

| L.p. | Nazwa działania | Miejsce odbywania się działania | Termin odbywania się działania |
|-------------|--|--|---------------------------------------|
| 1. | Misja gospodarcza do Chin podczas targów ANUFOOD China | Pekin, Chiny | listopad 2016 |
| 2. | Misja gospodarcza do Wietnamu podczas targów VIETFOOD & BEVERAGE | Ho Chi Minh, Wietnam | sierpień 2016 |
| 3. | Misja gospodarcza do Indii podczas targów Annapoorna World of Food India | Mumbaj, Indie | wrzesień 2016 |
| 4. | Misja gospodarcza do Japonii podczas targów Biofach | Tokio, Japonia | sierpień 2017, 2018 |
| 5. | Misja gospodarcza do Singapuru podczas targów Food & Hotel Asia | Singapur, Singapur | kwiecień 2018 |
| 6. | Misja gospodarcza do ZEA podczas targów Gulfood | Dubaj, ZEA | luty 2017 luty 2018 luty 2019 |
| 7. | Misja gospodarcza do USA podczas targów Summer Fancy Food | Nowy Jork, USA | czerwiec 2017 czerwiec 2018 |
| 8. | Misja gospodarcza do USA podczas targów Biofach America | Baltimore, USA | wrzesień 2018 |
| 9. | Wystawa polskiej żywności na giełdzie spożywczej Rungis pod Paryżem | Francja | maj 2017 2018 |

3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować max. 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów bezpośrednio związanych z branżą, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu.

Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów bezpośrednio związanych z branżą pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1³. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu bądź prezentację produktu. Misja nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu.

Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany po zakończeniu misji do przedstawienia raportu z przebiegu misji gospodarczej zawierającego w szczególności program misji oraz dane kontaktowe uczestników misji. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji w celach informacyjnych.

4. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do krajów, o których mowa w pkt IV.A.1, przy czym misja taka powinna trwać nie dłużej niż 3 dni na miejscu i obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 2 kontrahentami, organizację pokazu bądź prezentacji dla kontrahentów.

Przedsiębiorcy biorący udział w misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji w celach informacyjnych.

C. Zakres działań fakultatywnych - uzupełniających, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno-promocyjnych, w ramach których refundowane będą koszty:
- a) nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG;
 - b) nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki;
 - c) przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych;
 - d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy;
 - e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na stronie www.trade.gov.pl i www.mr.gov.pl bądź możliwe do pozyskania u Realizatora branżowego programu promocji.

³ Przyjmuje się, że:

1) kontrahent pochodzi z danego kraju, jeżeli prowadzi działalność na terenie danego kraju lub eksportuje swoje produkty na teren danego kraju.

V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę polskich specjalności żywnościowych.

1. Realizatorem programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących branżę specjalności żywnościowych jest Agencja Rynku Rolnego. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, mogą korzystać z usług ARR w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.
2. W ramach działań ogólnych promujących branżę zaplanowano:
 - a) organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych kontrahentów,
 - b) organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy,
 - c) reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. polskich produktów rolno - spożywczych,
 - d) organizację na wybranych targach narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach poprzez:
 - możliwość bezpłatnego korzystania z miejsca do odbywania spotkań z kontrahentami;
 - możliwość korzystania z usług informacyjnych obsługi stoiska informacyjnego o produktach i lokalizacji firmy;
 - możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym;
 - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym.